

Inhalt

Vorwort.....	3
1 Markenmanagement im Marketing	9
1.1 Markierung und Marke	9
1.2 Funktionen der Marke	11
1.3 Marketing und Marke.....	15
2 Rahmenbedingungen	21
2.1 Unternehmenssituation.....	21
2.2 Marktsituation	26
2.3 Piraterie und Rechtsschutz	32
3 Konstitutive Markenentscheidungen	39
3.1 Festlegung der Markierung.....	39
3.2 Aufbau eines Markenportfolios	47
3.3 Änderung konstitutiver Markenentscheidungen	57
4 Markenführungsentscheidungen	63
4.1 Festlegung der Markenposition	63
4.2 Aufbau interner Markenidentität.....	70
4.3 Generierung eines externen Markenimages	75
5 Informationsbasis für Markenentscheidungen.....	83
5.1 Datenermittlung für die Markenpolitik	83
5.2 Planung der Markenentwicklung.....	87
5.3 Kontrolle des Markenerfolges	92
Wiederholungsfragen und Vertiefungshinweise	97
Literatur	103
Index	109